

**PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM DAKWAH DI
MASYARAKAT**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

NUR SHNTA ANDAN SARI

1641010019

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1441/2020 M**

**PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM DAKWAH DI
MASYARAKAT**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

NUR SHNTA ANDAN SARI

1641010019

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsyahrial Romli, M.Si

Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1441/2020 M**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi semakin hari semakin cepat. Kemajuan teknologi komunikasi memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi yang diinginkan sesuai kebutuhannya. Media komunikasi melalui audio, visual maupun audio visual, saat ini menjadi suatu kebutuhan mendasar bagi manusia. Komunikasi menggunakan media massa ini, menurut ahli komunikasi cukup besar pengaruhnya dalam membentuk dan merubah masyarakat. Hampir setiap saat kita selalu bersentuhan dengan berbagai media komunikasi. Sebagai proses komunikasi dalam dakwah juga dapat menggunakan media-media yang digunakan sebagai media modern, seperti surat kabar, televisi, radio yang lebih dikenal dengan sebutan media massa. Dakwah melalui media komunikasi lebih efektif dan efisien atau dengan bahasa lain dakwah yang merupakan dakwah komunikatif. Salah satu bentuk dakwah melalui media massa adalah dakwah melalui radio. Dalam hal ini ada suatu hal yang penting yaitu bahwa dimasa sekarang radio siaran masih menduduki posisi yang sangat strategis karna kemampuannya sebagai media massa. Radio memiliki kelebihan yaitu tingkat kedekatan pendengarnya terhadap radio itu sendiri. Metode penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Sumber kajian ini dibagi menjadi dua sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data diperoleh wawancara langsung dengan masyarakat pendengar radio Sonora FM. Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data ini diperoleh dari pengelola radio Sonora FM dan literatur buku, sehingga dapat melengkapi sumber utama. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dalam penelitian ini ditemukan adanya pengembangan dakwah Islam yang sudah cukup baik dimana pendengar mendapatkan informasi, edukasi dan juga hiburan tentang keagamaan. Walaupun program keagamaan yang ada masih tergolong sangat sedikit namun sudah dapat memberikan peranan yang cukup baik terhadap pendengarnya. Berdasarkan temuan temuan diatas dapat disimpulkan bahwa program keagamaan di radio Sonora FM belum banyak yang mendengarkan dan masyarakat lebih mendengarkan siaran yang lain. Dengan program keagamaan yang masih sangat sedikit dan antusias pendengar terhadap siaran keagamaan sangat minim.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Shinta Andan Sari

NPM : 1641010019

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Peran Radio Sonora Lampung Dalam Dakwah Di Masyarakat” adalah benar-benar merupakan hasil penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Oktober 2020

Penulis,


Nur Shinta Andan Sari

NPM. 1641010019

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM
DAKWAH DI MASYARAKAT
Nama : Nur Shinta Andan Sari
NPM : 1641010019
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI,

**Untuk diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas
Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Khomsyahrial Romli, M.Si

Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

NIP. 19610409 199003 1 002

NIP. 19701025 199903 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,

M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si

NIP. 19720929 199803 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarampe, Bandar Lampung, Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Peran Radio Sonora Lampung Dalam Dakwah Di Masyarakat”** disusun oleh **Nur Shinta Andan Sari, NPM: 1641010019,** Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam,** Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa, 20 Oktober 2020.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. H. Rosidi

Sekretaris Sidang : Nadya Amalia Nasoetion, M.Si

Penguji I : Prof. Dr. H. Ma. Achlami Hs, Ma

Penguji II : Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

Penguji Pendamping : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP. 19610409 199003 1 002

MOTTO

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (Q.S Fushilaha [41] : 33)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang dan shalawat teriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga para sahabat dan umatnya, Aamiin. Syukur Alhamdulillah skripsi ini penulis persembahkan :

1. Teruntuk orang istimewa Ibu tercinta Jumsiah dan ayah tercinta Satim terimakasih yang telah tulus merawat dan mendidik saya selama ini, beliau merupakan orang yang sangat berarti dalam hidup saya. Terimakasih juga yang setulusnya atas segala usaha dan jerih payah pengorbanan untuk saya sehingga sampai pada keberhasilan menyelesaikan Studi S1. Semoga Allah SWT memberikan rahmat, hidayat dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Adik-adik yang saya sayangi M. Arief Rahman Hakim dan Melati Annisa Ramadhani yang telah mau membantu segala urusan saya, semoga Allah selalu melindungi adik adik saya.
3. Keluarga Besar Jasir dan Keluarga Besar Rakim yang selama ini telah banyak membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan S1. Semoga Allah SWT senantiasa memberi keberkahan yang selalu dilimpahkan kepada kalian didunia dan akhirat.

RIWAYAT HIDUP

Nur Shinta Andan Sari, lahir di Khairil Anwar Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kelurahan Durian Payung, Bandar Lampung., pada tanggal 31 Mei 1998, anak ke 1 dari 3 bersaudara dari Ayahanda Satim dan Ibunda Jumsiah.

Pendidikan formal yang dijalani:

1. Sekolah Dasar : SD N 1 Durian Payung (2003-2010)
2. Sekolah Menengah Pertama : SMP PGRI 1 Bandar Lampung (2010-2013)
3. Sekolah Menengah Atas : SMA N 3 Bandar Lampung (2013-2016)
4. Perguruan Tinggi : UIN Raden Intan Lampung (2016-2020)

Pada saat sekolah di SMA N 3 Bandar Lampung penulis dipercaya menjadi Wakil Sekretaris PMR dalam masa jabatan (2014-2015).

Selanjutnya penulis melanjutkan studi pada tahun 2016 di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Penulis juga pernah aktif mengikuti kegiatan:

1. UKM-F Rumah Film KPI sebagai Anggota (2016-2018), Bendahara Umum (2018-2019), Sekretaris Umum (2019-2020)
2. UKM-F Pensil (Penggiat Study Ilmiah) sebagai Sekretaris Umum (2017-2018)
3. FMPK (Forum Mahasiswa Peduli Masalah Kependudukan)
4. HMI (Himpunan Mahasiswa Islam)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT tuhan pencipta alam semesta, pemberi akal yang maha sempurna kepada manusia, penganugerah nikmat tanpa batasnya dan maha agung serta bijaksana. Sehingga dengan hidayah dan inayahnya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM DAKWAH DI MASYARAKAT”**.

Tak lupa shalawat beriringkan salam penulis sanjungkan kepada Rasul pembawa cahaya untuk menerangi kegelapan, pemusnah kebodohan, yakni Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan pengikut setianya sampai hari akhir.

Dalam penyelesaian skripsi ini, terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, Sekaligus pembimbing I dan salah satu Tim Penguji, yang selalu memberikan arahan dan motivasi serta dengan sepenuh hati membimbing penulis hingga akhir.
2. M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Raden Intan Lampung, yang selalu memberikan arahan dan motivasi kepada mahasiswanya.
3. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos.I.,M.Sos.I selaku pembimbing II dan tim penguji, yang telah rela membimbing dan membina penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir, demi mencapai tahap yang sempurna.

4. Seluruh pengurus dan pengelola Radio Komunitas Sonora Lampung, membantu penulis dalam melakukan penelitian dan menyediakan tempat, waktu dan data-data yang diperlukan dalam penelitian.
5. Pemimpin Perpustakaan dan Staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan yang penulis lakukan serta Bapak dan Ibu Dosen yang selalu mengarahkan penulis menuju tahap kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Untuk sahabatku Rafika Monita, Dafne Gita Setyanti, Deslayli Anggraini Sagita, Devi Yulianti dan kelas KPI A serta Teman-teman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat selama kuliah dan memberi motivasi, semoga segala urusan kalian di permudah oleh Allah.
7. Untuk temenku Mika Sartika Dewi, Wulan Sari, Ayu Safitri serta Crew Rumah Film KPI terimakasih telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak pernah sungkan menjawab pertanyaan yang saya berikan, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari betapa banyaknya kekurangan yang terdapat dalm skripsi ini dikarenakan kelemahan dan kekurangan penulis dalam bidang ilmu pengetahuan, maka dari itu demi kesempurnaanya skripsi ini penulis berharap limpahan petunjuk dari Allah SWT dan bimbingan dari-Nya, dan kepada pembaca sekalian diharapkan kritik dan sarannya.

Akhir kata, penulis memohon kepada Allah SWT semoga skripsi ini memberikan sumbangsih kepada pembaca yang budiman, khususnya kepada penulis dan umumnya kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat, Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Bandar Lampung, Oktober 2020

Penulis

Nur Shinta Andan Sari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	10
F. Metode Penelitian	10
1. Jenis Dan Sifat Peneitian.....	10
2. Populasi Dan Sampel	11
3. Pengumpulan Data	13
4. Metode Analisis Data.....	13

BAB II PERAN RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Radio

1. Pengertian Radio	16
2. Sejarah Munculnya Radio	19
3. Keunggulan dan Kelemahan Radio	22
B. Radio Komunitas	
1. Pengertian Radio Komunitas	25
2. Sejarah Singkat Radio Komunitas	28
3. Karakteristik Radio Komunitas	38
4. Jenis-Jenis Radio Komunitas	40
C. Media Dakwah	
1. Pengertian Media Dakwah	43
2. Macam-Macam Media Dakwah	46
3. Pedoman Pemilihan Media Dakwah	48
4. Sumber Media Dakwah	49
5. Tujuan Media Dakwah	50
D. Radio Sebagai Media Dakwah	51
E. Tinjauan Pustaka	57

BAB III PERAN RADIO KOMUNITAS SONORA FM SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI MASYARAKAT

A. Gambaran Radio Komunitas Sonora FM	
1. Sejarah Berdirinya Radio Komunitas Sonora FM	59
2. Visi dan Misi Radio Sonora FM	62
3. Struktur Organisasi Sonora FM	62
4. Sarana Dan Prasarana	65
B. Peran Radio Sonora Dalam Dakwah	
1. Program Siaran Radio	67

2. Program Siaran Dakwah	73
--------------------------------	----

BAB IV PERAN RADIO SONORA SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Bentuk Program Siaran Dakwah Di Radio Sonora Lampung	76
B. Peran Program Siaran Dakwah Di Radio Sonora Lampung	79

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
C. Penutup	85

DAFTAR PUSTAKA	xii
-----------------------------	------------

LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan Judul ini untuk menghindari kesalah pahaman makna yang terkandung dalam memahami judul skripsi yang penulis ajukan, maka dipandang perlu di jelaskan beberapa pengertian yang terdapat pada judul skripsi ini. Judul skripsi ini adalah sebagai berikut “PERAN RADIO SONORA LAMPUNG DALAM DAKWAH DIMASYARAKAT” adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

Peran adalah suatu rangkaian perilaku yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisi sosial, baik secara formal maupun informal. Peran adalah suatu aspek dinamis dari status sosial atau kedudukan. Artinya ketika seseorang dapat melaksanakan kewajiban dan mendapatkan haknya maka orang tersebut telah menjalankan sebuah peran. Menurut Soekanto (2009), arti peran adalah suatu pekerjaan yang dilakukan dengan dinamis sesuai dengan status atau kedudukan yang disandang. Status dan kedudukan ini sesuai dengan keteraturan sosial, bahkan dalam keteraturan tindakan semuanya disesuaikan dengan peran yang berbeda.¹

Radio tepatnya radio siaran (*broadcasting radio*) merupakan salah satu jenis media massa, yakni sarana atau saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*). Ciri khas utama radio adalah AUDITIF, yakni

¹ <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-peran.html> (1 Oktober 2019)

dikonsumsi telinga atau pendengaran. “Apa yang dilakukan radio adalah memperdengarkan suara manusia untuk mengutarakan sesuatu.”²

Radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif di zaman sekarang ini karena radio memiliki sifat langsung, dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainnya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun. Hal ini yang membuat radio menjadi sarana yang efektif untuk berdakwah.

Radio Komunitas adalah lembaga layanan lembaga nirlaba yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Tujuannya adalah untuk melayani dan memberikan manfaat kepada komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada.³ Radio komunitas adalah stasiun siaran radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukan, diinisiasikan, dan didirikan oleh sebuah komunitas.⁴

Radio komunitas juga sering disebut radio sosial, radio pendidik atau radio alternatif, menurut Effendi Ghazali, radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk

² Asep Syamsul, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Writer* (Bandung : Nuansa, 2010), hal. 19

³ Colin Fraser dan Sonia Estrepo Estrada, *Buku Panduan Radio Komunitas*, (Jakarta NESCO Jakarta Office, 2001). Hal. 3

⁴ <http://id.wikipedia.org/wiki/radiokomunitas> (1 Oktober 2019)

melayani komunitas tertentu saja dan memiliki daerah jangkauan yang terbatas.⁵

Dakwah adalah ajakan atau seruan, panggilan atau undangan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam, dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi (*tabaliq*) yang artinya menyampaikan ajaran Islam.

Media Dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan *maddah* dakwah (isi pesan dakwah) kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.⁶

Radio Sonora Lampung sebagai salah satu lembaga penyiaran dakwah di Lampung, yang tetap eksis dan diminati oleh para pendengarnya, tentunya memiliki program siaran keagamaan yang disajikan secara matang kepada para pendengarnya. Oleh karena itu fokus dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan penelitian pada apa saja program siaran dakwah yang ada di Radio Sonora dan bagaimana respon masyarakat terhadap program siaran dakwah Radio Sonora.

⁵ Effendi Ghozali, *penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran publik dan komunitas*, (Jakarta : Jurusan Komunikasi FISIF, UI, 2002), hal.72

⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993) hal.61

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan memilih judul di atas adalah:

1. Pada zaman modern saat ini dakwah tidak hanya dilakukan dengan melalui ceramah bertatap muka saja, namun melalui media massa yaitu radio, terkadang masyarakat pun rutin mendengarkan program siaran dakwah di radio. Oleh karenanya radio memiliki keunggulan daripada televisi, yaitu dapat dimiliki orang banyak karena harganya yang terjangkau, dapat dinikmati di mana-mana seperti rumah, kantor, mobil, kebun dan sebagainya. Juga dapat mendengarkan sambil melakukan aktivitas lainnya.
2. Bahasan mengenai radio adalah media yang hanya menggunakan suara dalam penyampaiannya baik itu informasi ataupun sekedar hiburan, dari semua itu penyiaran dalam radio lebih mudah dijangkau daripada ditelevisi, dari harga yang relatif murah dan juga bisa didengar saat beraktifitas.
3. Berdakwah sekarangpun bisa dilakukan dengan tidak saling bertatap muka seperti yang kita lihat setiap harinya, bahkan sekarang dalam penyampaian dakwah para mubalig sudah bisa menggunakan radio komunitas agar lebih menjangkau luas dalam menyampaikan isi dakwah, jadi tidak perlu susah-susah untuk kesana kemari untuk mendengarkan seorang mubalig berceramah dan ini bisa untuk efisiensi waktu dalam berceramah.

C. Latar Belakang Masalah

Era teknologi informasi, berbagai bentuk media komunikasi telah mampu mempermudah manusia dalam melakukan interaksi dengan sosial lingkungannya. Bahkan, melalui media informasi ini, berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan suatu “pemberitaan” kepada khalayak ramai, mampu dengan mudah didokumentasikan secara massal.

Salah satu media informasi yang memberikan peran penting bagi komunikasi atas suatu “pemberitaan” adalah radio. Dalam hal ini, radio telah menjadi sarana manusia untuk menjalin komunikasi dalam segala hal (ekonomi, pendidikan, kesehatan dan budaya). Meskipun demikian, selain sebagai media penyampai “berita” tidak sedikit kemudian menjadikan radio sebagai sarana untuk mempengaruhi ruang kesadaran orang lain agar memiliki kesamaan perspektif dalam melihat sesuatu.

Banyak bermunculan media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah wawasan mereka dalam menghadapi laju perkembangan zaman. Salah satu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronik yaitu radio. Radio sebagai media elektronik yang bersifat auditif dapat dinikmati oleh masyarakat, dimana media ini berperan dalam perkembangan komunikasi dan informasi. Media radio dalam penggunaannya sangat efektif dan efisien, karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat ke berbagai kalangan

masyarakat. Kelebihan media radio dibandingkan media lain adalah jarak jangkauannya yang sangat luas dan murah meriah.⁷

Radio komunitas sesungguhnya bukan hal yang baru dalam dunia radio di Indonesia. Sejak zaman kolonial, radio komunitas telah digunakan sebagai alat perjuangan bagi kaum republiken. Radio SCRO di Solo dan Radio BVRO di Bandung merupakan alat perjuangan kaum republiken guna menandingi propaganda pemerintah kolonial melalui radio resmi mereka, NIROM. Radio-radio komunitas yang lahir belakangan cukup banyak yang mampu memberikan kontribusi positif bagi komunitas, seperti halnya Radio Informasi Pertanian, Wonocolo, Surabaya. Radio yang beroperasi pada jalur SW dan AM ini konsisten menyajikan program penyuluhan pertanian yang spesifik dan menjawab kebutuhan komunitas petani. Di Subang Jawa Barat Radio Abilawa cukup memberi kontribusi dalam meredam konflik antarwarga. Radio ini selalu menjadi tempat diskusi bagi warga sekitar. Melalui udara, mereka bersama-sama membahas kesenian daerah, penyuluhan pertanian, dan hal-hal lain yang tidak terkait dengan politik.

Radio menjadi media untuk menjalin komunikasi antarwarga, Sebuah hal yang tidak mampu dilakukan oleh media massa lain seperti surat kabar atau televisi. Sehingga menjadikan media ini lebih menarik untuk didengarkan. Dengan kata lain, saat ini radio bisa dikatakan sebagai media yang menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi maupun hiburan. Radio merupakan media yang sedikit bisa dibilang kuno daripada

⁷Onong Unchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2002)., hal. 107

televisi namun radio juga yang memunculkan televisi dengan pemikiran orang-orang untuk memvisualkan suara radio.

Pada fungsinya radio merupakan sebuah media yang digunakan masyarakat sebelum adanya televisi dan maupun pada zaman sekarang yang sudah ada televisi ataupun media yang lebih canggih sekalipun untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan hiburan memang dalam pengaplikasiannya radio di zaman sekarang mungkin bisa dikatakan merupakan teknologi yang sudah ketinggalan zaman karena sudah adanya televisi dan bahkan internet yang sudah merajai di masa kini dan radio pun mulai mengembangkan diri mereka dengan sekarang maraknya berdirinya radio komunitas ditengah-tengah radio komersial.

Radio juga mempunyai daya persuasi yang khusus bagi masyarakat kapan saja dan dimana saja pendengar berada. Ketepatan dalam menyampaikan nilai – nilai dakwah melalui media radio inilah yang lebih memudahkan daya masyarakat terhadap nilai – nilai yang disampaikan oleh subyek dakwah melalui radio.

Dalam melaksanakan komunikasi dakwah, penggunaan radio sangatlah efektif dan efisien, melalui radio maka suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas jika dakwah dilakukan melalui radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian maka dakwah akan mampu komunikasi yang jauh dan tersebar, efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode ceramah atau bentuk-bentuk siaran lainnya.

Dalam berdakwah sekarang pun bisa dilakukan dengan tidak saling bertatap muka seperti yang kita lihat setiap harinya, bahkan sekarang dalam penyampaian dakwah para mubalig sudah bisa menggunakan radio komunitas agar lebih menjangkau luas dalam menyampaikan isi dakwah, jadi tidak perlu susah-susah untuk kesana kemari untuk mendengarkan seorang mubalig berceramah dan ini bisa untuk efisiensi waktu dalam berceramah.

Dakwah adalah tugas yang diberikan kepada setiap muslim. Sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan, dan menyampaikan agama islam kepada masyarakat.⁷ Di dalam Alqur'an terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin agar mendakwahi manusia supaya berada di jalan Allah.

Dakwah merupakan salah satu aktivitas komunikasi, yang secara spesifik mengkhususkan diri pada upaya mengkomunikasikan pesan-pesan Islam. Mengingat bahwa perkembangan teknologi komunikasi otomatis mengubah pula pola-pola komunikasi, dakwah perlu pula mengembangkan strategi dan metode baru guna mengantisipasi perubahan pola-pola komunikasi yang ada. Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi media, metode dakwah yang dilakukan melalui media massa perlu diadaptasikan dengan karakteristik media massa yang ada, guna menyesuaikannya dengan pola komunikasi audiens dari media massa tersebut.

Dakwah adalah salah satu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan pada kemajuan yang semakin canggih tidak terlepas dari suatu adaptasi terhadap kemajuan itu, artinya dakwah dituntut agar tidak monoton pada

ceramah ceramah dimasjid, atau tabliq akbar dimasjid. Dakwah se3harusnya dikemas dengan cara yang menarik sesuai minat masyarakat. Dan di era globalisasi seperti sekarang, agaknya dakwah melalui media massa merupakan sebuah alternatif yang cukup efektif.

Dari berbagai media massa yang berkembang saat ini, penulis memilih untuk melakukan studi literatur guna mengupas karakteristik radio sebagai alternatif media dakwah dengan sejumlah pertimbangan. Pertimbangan tersebut, di antaranya, adalah kepraktisan operasionalisasi radio, tingginya tingkat kepemilikan radio dibandingkan dengan media massa elektronik lainnya, dan daya tarik serta daya pikat auditif radio dalam membangun keakraban dengan komunitasnya.

Dipilih nya radio sonora FM karna radio ini dikenal di masyarakat sebagai salah satu radio dakwah yang ada dan masih bertahan sampai saat ini, hanya saja sedikit masyarakat yang mendengarkan siaran radio dakwah.

D. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas permasalahan dan mempermudah mencari data, maka peneliti menulis rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apa saja bentuk program siaran dakwah di radio Sonora Lampung?
- 2) Bagaimana respon masyarakat dalam program siaran dakwah di radio Sonora Lampung?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

- 1) Untuk mengetahui bentuk program siaran dakwah di radio Sonora Lampung.
- 2) Untuk mengetahui respon masyarakat dalam program siaran dakwah di radio Sonora Lampung?

2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat bermanfaat :

- 1) Menambah penelitian komunikasi di bidang deskriptif tentang radio komunitas yang utamanya bergerak dibidang dakwah.
- 2) Memberikan gambaran secara lebih mengenai eksistensi dan kondisi lapangan dari radio kom
- 3) unitas sebagai radio dakwah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sifat Peneitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

berupa kata kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dilihat dari jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi penelitian.⁸ Penelitian ini dilakukan di Jl. Z.A Pagar Alam No.83 Bandar Lampung (Gd. Tribun Lampung).

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian.⁹ Penelitian diskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yaitu objek yang akan diteliti bisa disebut juga universe.¹⁰ Tidak lain dari daerah generalisasi yang akan diwakili oleh sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari orang-orang yang berperan di Radio Sonora Lampung dalam program dakwah berjumlah 31 orang terdiri dari 1 orang direktur 10 orang penyiar dan 20 orang pendengar. Radio Sonora

⁸Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta:Rineka Cipta,2011),hal.96.

⁹Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta:Salemba Empat,2016),hal.13.

¹⁰Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: PT. Remaja Rosdakrya, 2008), hal. 35

merupakan Radio swasta yang berada di Bandar Lampung. Secara teorinya populasi pada penelitian ini adalah pendengar radio sonora, peneliti akan lebih memfokuskan penelitian ini pada pendengar radio sonora Lampung.

b. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasinya.¹¹ Dan untuk dapat menentukan sampel dari populasi yang sesuai dengan penjelasan diatas maka penulis menggunakan teknik “*Non Propability Sampling*”(pengumpulan sampel yang tidak berdasarkan peluang), maksudnya adalah kemungkinan atau peluang seseorang untuk terpilih menjadi anggota sampel tidak diketahui.¹² Jadi pengumpul data yang telah diberi penjelasan oleh peneliti akan mengambil siapa saja yang menurut pertimbangannya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.¹³

Kriteria penyiar adalah seseorang yang berperan aktif dalam program siaran dakwah, kriteria pendengar adalah seseorang yang sudah cukup lama dan aktif dalam mendengarkan program siaran dakwah, maka sampel yg diambil berjumlah 6 orang yang terdiri dari 1 orang direktur 1 orang penyiar dan 4 orang pendengar.

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.* hal. 62

¹³ *Ibid.* hal. 63

3. Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab¹⁴. Responden adalah pendengar radio sonora lampung.

b. Observasi

Dalam penelitian ini observasi digunakan untuk mengungkap masalah keadaan objek penelitian. Pengamatan menjadi salah satu instrumen penelitian ini dalam rangka melihat secara langsung kegiatan *on air dan off air* radio disonora lampung.

c. Dokumen

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang sejarah, visi, misi, program dakwah, struktur organisasi, dan data kegiatan yang berasal dari kepustakaan dan arsip radio sonora lampung.

4. Metode Analisis Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam suatu kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan

¹⁴ Djaman Satori. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta cv,2014), hal.46.

dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Pengumpulan data tersebut diproses dengan pengolahan data dengan jalan mengelompokkannya sesuai dengan bidang pokok bahan masing-masing. Setelah bahan dikelompokkan selanjutnya disusun, sehingga pembahasan yang akan dikaji dapat tersusun secara sistematis untuk selanjutnya digunakan dalam proses analisis data. Analisis dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Analisis deskriptif pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua cara analisis induktif (sintetik) dan analisis deduktif (analitik).¹⁵

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisa komparatif. Teknik analisa komparatif adalah teknik yang digunakan untuk membandingkan kejadian-kejadian yang terjadi disaat peneliti menganalisa kejadian tersebut dan dilakukan secara terus-menerus sepanjang penelitian dilakukan.¹⁶ Penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, tentang prosedur kerja, tentang ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau suatu prosedur kerja.¹⁷ Selanjutnya digunakan teknik *Analisis Critic Discussion* yaitu mencoba menemukan penyebab terjadi perbedaan tersebut dan menemukan saran serta langkah apa yang dapat dilakukan untuk mendekatkan kondisi obyektif di lapangan dengan kondisi ideal.

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hal. 24

¹⁶ Burhan Bungin, *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 100

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hal. 310

Kemudian dalam pengambilan keputusan atau kesimpulan akhir, penulis menggunakan teknik berfikir induktif, yaitu dengan cara mengolah data yang khusus menjadi kesimpulan yang bersifat umum.



BAB II

PERAN RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA DAKWAH

A. Radio

1. Pengertian Radio

Radio merupakan salah satu sarana informasi yang cukup efektif di zaman sekarang ini karena radio memiliki sifat langsung, dalam arti pesan yang disampaikan oleh radio akan langsung sampai pada audiensnya, ditambah keunggulan lainnya seperti tidak mengenal jarak, dan dapat dinikmati kapanpun.

Radio merupakan suatu medium komunikasi, dimana pesan berupa suara diubah menjadi sinyal suara, dipancarkan dari suatu sumber (*a sender*) dengan antena pemancar, tanpa perangkat kabel, melalui gelombang elektromagnetik, kemudian diterima oleh antena penerima, pada pesawat penerima (*a receiver*), yang mengubah sinyal suara menjadi berupa suara kembali.¹

Secara umum Radio dapat diartikan sebagai perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, kemudian diubah melalui loudspeaker (pengeras suara) menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar. Gelombang suara yang kita dengar dari pesawat radio bisa berisi tentang hiburan, misalnya musik, humor, berita dan berbagai informasi lainnya. Jadi penyebutan istilah

¹ Fred, Wibowo. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta : Grasia Book Publisher. Hal. 1

radio pada umumnya masih rancu. Pengertian pertama adalah alat pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi atau suara. Sedang pengertian lainnya adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

Dapat penulis simpulkan bahwa siaran radio adalah rangkain pesan dengan isi siaran yang bersifat terbuka dalam bentuk suara atau bunyi yang dikenal melalui frekuensi tertentu.

Julian Newbi dalam bukunya *Inside Broadcasting* menyebutkan, *radio is the birth of broadcasting* (radio adalah anak pertama dunia penyiaran), radio adalah suara. Suara merupakan modal utama terpaan radio ke khalayak dan stimulasi yang dikoneksikan kepadanya oleh khalayak. Secara psikologi suara adalah sensasi yang terpersepsikan ke dalam kemasan auditif. Pada tahun 1906 seorang promotor yang bernama Lee De Forest yang menciptakan *audio tube* (alat yang memungkinkan transmisi suara) yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke udara (*on air*). Pada tahun tersebut seorang yang bernama Reginald Fessenden juga menyiarkan beberapa lagu natal dengan menggunakan operator nirkabel di laut lepas¹⁸. Terkenalnya seorang Lee De Forest terjadi ketika dia melakukan siaran dari menara Eiffel pada tahun 1910 sebagai media hiburan, karena didukung oleh penampilan dari Enrico Caruso dari New York Metropolitan Open House.²

² John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), Hlm. 195.

Menurut Stanley R. Alten, suara adalah efek gesekan dari sejumlah molekul yang ditransmisikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara adalah molekul itu dengan lingkungannya. Suara dalam radio sebuah kombinasi tekanan emosional, perseptual dan fisikal yang timbul dan berasal dari suatu suara yang termediasi oleh teknologi yang kemudian menimbulkan sebuah gabungan imajinatif dalam benak para pendengar. Setiap suara memiliki komponen visual yang mampu menciptakan gambaran. Dalam iklan radio misalnya sebuah musik, kata dan efek suara lainnya akan mempengaruhi emosi pendengar seolah-olah mengajak mereka berada di lokasi kejadian yang dikomunikasikan. Hal itu dikenal dengan istilah *the theatre of mind*.³

Komunikasi melalui radio adalah pertukaran informasi antara dua tempat melalui gelombang radio. Informasi yang dimaksud adalah sinyal suara, percakapan atau musik. Sebuah sinyal suara tidak dapat langsung dipancarluaskan karena ia bukan gelombang elektromagnetik. Untuk dapat dikirimkan, sinyal suara harus terlebih dahulu ditumpangkan pada sinyal radio dengan frekuensi yang lebih tinggi. Metode untuk menumpangkan sinyal suara pada sinyal radio disebut modulasi. Modulasi yang sering dipakai adalah Amplitudo atau AM (amplitudo

³ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS Yogyakarta, 2015) Hal. 15

modulation), Frekuensi atau FM (frequency modulation) dan Pasa atau PM (phase modulation).⁴

2. Sejarah Munculnya Radio

Sebagai salah satu media massa elektronik muncul setelah adanya beberapa pertemuan teknologi, antara lain telepon, fotografi, dan merekam suara.⁵ Bentuk dan format penyiaran serta sarana dan prasarana yang menunjangnya seperti sekarang ini memberikan makna bahwa penyiaran mempunyai sejarah sangat panjang, dimulai dari penemuan gelombang elektromagnetik pada 1864. Gelombang elektromagnetik ini dapat digunakan untuk mengirim informasi tanpa menggunakan penghantar (kawat) tembaga melalui jarak tertentu.

Ditangan seorang ilmuwan, Guglielmo Marconi⁶, mainan ilmiah tersebut menjadi sistem yang benar-benar praktis. Melalui perjuangannya untuk mendapatkan pengakuan, dia kemudian berhasil melakukan pembuktian dengan mengirimkan pesan telegram radio dari Cornwall di Inggris ke New Foundland di Kanada pada 12 Desember 1901, melintasi Samudra Atlantik dan meretas jarak 3300 KM.

Sementara teknologi pemancaran radio sedang berkembang, telah beroperasi juga sistem telekomunikasi lain, yaitu telegram dan telepon.

⁴ Masduki, *Radio Komunitas belajar Dari Lapangan* (Jakarta ; Kantor Perwakilan Bank Dunia di Indonesia 2007) hal. 42

⁵ David McQuil, *Teori Komunikasi Masa : suara pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1984), edisi ke 2. hal. 15

⁶ Guglielmo Marconi (25 April 1874 – 1937), adalah insinyur listrik yang lahir di Bologna, Italia.

Kedua sistem ini menggunakan saluran kawat tembaga yang harus dibentang antara dua tempat dalam jaringan komunikasinya. Dengan penemuan Marconi tersebut, maka sistem telekomunikasi wireless ini dapat memberikan kemungkinan baru dan nilai tambah terhadap sistem komunikasi wireline.

a. Sejarah media sebagai penemuan teknologi

Sejarah sebagai penemuan teknologi ditandai oleh tiga tonggak sejarah, yaitu berawal dari teori matematis yang dikemukakan oleh James Clerk Maxwell⁷ (1864) seperti diuraikan sebelumnya, yang kemudian dilanjutkan pengembangannya oleh Heinrich Rudolf Hertz⁸ (1887) dan diimplementasikan secara praktis oleh Marconi (1901) dengan pengiriman sinyal telegram trans Atlantik dari Cornwall, Inggris ke New Foundland, Kanada. Selanjutnya penemuan demi penemuan dilakukan oleh para ilmuwan, baik yang merupakan penemuan baru maupun inovasi dari penemuan sebelumnya.

b. Sejarah media sebagai industry

Awal kegiatan penyiaran dengan format seperti atau mirip dengan yang kita lihat sekarang, dimulai dengan penyiaran radio yang memancarkan siaran berupa sinyal suara dengan sistem modulasi

⁷ James Clerk Maxwell (13 Juni 1831 – 5 November 1879), ilmuwan fisika dan matematis berkebangsaan Inggris.

⁸ Heinrich Rudolf Hertz (22 Februari 1857 – 1 Januari 1894), adalah fisikawan berkebangsaan Jerman yang lahir di kota Hambung, Jerman.

amplitudo (amplitude modulation = AM)⁹ yang dikenal luas pada 1920.

Sejak berakhirnya penjajahan Jepang, masih juga terjadi perjuangan lagi yaitu menghadapi masuknya tentara sekutu yang kemudian ternyata Belanda berkeinginan untuk tetap menduduki indonesia yang nyatanya telah memproklamasikan kemerdekaannya pada tahun 17 Agustus 1945.

Dengan peralatan siaran peninggalan Belanda dan Jepang RRI (Radio Republik Indonesia) diresmikan berdirinya pada tanggal 11 september 1945, yaitu hari yang bertepatan dengan pertemuan terakhir dari beberapa pertemuan yang membahas visi dan misi RRI selaku lembaga penyiaran negara yang merdeka.

RRI merupakan radio yang mempunyai jaringan siaran terbesar di indonesia, yaitu 60 stasiun dengan 191 programa di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang diselenggarakan Universitas Indonesia pada 2003, RRI telah menjangkau 83 penduduk Indonesia.¹⁰

⁹ Sistem modulasi AM pertama kali ditemukan oleh Fessenden pada 1906

¹⁰ Djamal Hidajanto dan Fachrudin Andi, "*Dasar-dasar Penyiaran (Sejarah, Organisasi, Oprasional, dan Reguler)*", (Jakarta, Kencana, 2011). hal.1-21

3. Keunggulan dan Kelemahan Radio

a. Keunggulan Radio

1) Cepat dan Langsung

Radio adalah sarana tercepat, lebih cepat dari koran atau TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media cetak.

2) Akrab

Radio adalah alat yang akrab dengan pemiliknya. Bisa dibawa kemana –mana dalam aktifitas apapun. Penyiar berkomunikasi langsung dengan kamu, menyapa, bahkan merasakan apa yang kamu rasakan.

3) Hangat

Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengarnya. Kamu juga akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar.

4) Tanpa Batas

Semua orang bisa mendengar radio, tidak dibatasi sertatidak ada larangan. Hanya tunarungu yang tak mampu mengkonsumsi atau menikmati siaran radio.

5) Murah

Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif murah. Pendengar pun tidak dipungut bayaran sepeser pun untuk mendengarkan radio alias gratis.

6) Fleksibel

Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain, atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain. Radio bisa dinikmati dalam berbagai kondisi dan situasi.

7) Mudah Dicerna

Radio menjadi salah satu media komunikasi dan informasi yang diminati orang karena lebih gampang dicerna bila dibandingkan TV dan media cetak. Penyiar yang lebih komunikatif, akan lebih terasa terlibat ngobrol langsung dengan pendengarnya padahal hanya lewat udara.

Studi literatur ini memilih memusatkan perhatian pada radio dengan sejumlah pertimbangan. Di antaranya pertimbangan klasik menyangkut keunggulan radio, seperti dirinci oleh Prof. Onong Uchjana Effendy sebagai berikut:

- a. Radio bersifat langsung, guna mencapai sasarannya tidak perlu mengalami proses yang kompleks atau rumit. Ini berbeda dengan surat kabar yang harus melalui proses

cetak-mencetak dan distribusi jaringan pengecer sebelum sampai ke tangan pelanggan.

- b. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. Bagaimanapun jauhnya sasaran khalayak, sepanjang lokasinya masih terjangkau oleh frekuensi gelombang radio, informasi radio dapat disampaikan secara serentak dan seketika. Aktualitas radio termasuk yang tertinggi di antara media komunikasi massa lainnya.
- c. Radio siaran memiliki daya tarik yang kuat. Daya tarik tersebut muncul dari kombinasi musik, narasi vokal dan efek suara yang terwujud lewat suara penyiar, lantunan musik, *talk show radio*, drama radio, kuis dan lain-lain.

b. Kelemahan Radio

1) Selintas

Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan, apalagi kamu tidak terlalu konsen mendengarkannya. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengar, tidak bisa seperti pembaca koran yang bisa mengulang bacaan dari awal tulisan.

2) Global

Sajian informasi radio bersifat global, tidak detil , gak rinci banget. Karenanya angka dibulatkan. Jadi, untuk urusan berita atau

informasi, radio memiliki keterbatasan dibandingkan televisi dan koran yang bisa lebih rinci.

3) Batas Waktu

Waktu siaran radio relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah halaman dengan bebas.

4) Beralur Linier

Artinya, program siaran disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan atau program siaran yang sudah disusun.

5) Mengandung Gangguan

Artinya gangguan sinyal, seperti timbul-tenggelam dan gangguan teknis “channel noise factor” alias tidak jernih.¹¹

B. Radio Komunitas

1. Pengertian Radio Komunitas

Secara umum pengertian media komunitas mengacu pada media massa konvensional yang telah lama dikenal, yaitu media cetak yang terdiri atas surat kabar, majalah, tabloid, dan berbagai media cetakan lainnya, serta media elektronik yang terdiri dari atas radio dan televisi.

¹¹ Syamsul Asep, “*Jadi Penyiar Itu Asyik lho!*”, (Bandung, Nuansa, 2009). hal. 19-32

Perbedaan utamanya adalah sasaran utama audiensnya yang hanya terbatas pada komunitas tertentu saja (untuk media elektronik disebut *narrowcasting* bukan *broadcasting*).

Menurut Lucio N. Tabing, radio komunitas adalah suatu stasiun radio yang dioperasikan di suatu lingkungan, wilayah atau daerah tertentu yang diperuntukkan khusus bagi warga setempat, berisi acara dengan ciri utama informasi daerah setempat (*local content*), diolah dan dikelola warga setempat. Wilayah yang dimaksud bisa didasarkan atas faktor geografi (kategori teritori kota, desa), wilayah kepulauan, bisa juga berdasarkan kumpulan masyarakat tertentu yang bertujuan sama dan karenanya tidak harus tinggal di suatu geografis tertentu. Radio komunitas secara sederhana dirumuskan sebagai "masyarakat berbicara kepada masyarakat".¹²

Beberapa pendapat yang menggambarkan media komunitas khususnya radio komunitas, seperti dalam Undang-Undang Penyiaran tahun 2002 bahwa lembaga penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial, dengan daya pancar yang rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, untuk melayani kepentingan komunitasnya.¹³

¹² Masduki, *Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia*. hal. 148-149

¹³ *Ibid.* hal. 41

Didalam suasana pers yang lebih terbuka dan semangat desentralisasi yang juga dapat dimaknai dengan dikembangkannya isu-isu tentang lokalitas maka perkembangan media komunitas mendapat tempat yang lebih baik. Selain itu ada pula kebutuhan untuk menghimpun kekuatan dan memperjuangkan kepentingan radio komunitas dalam Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah.

Ini terbukti dengan munculnya media komunitas yang dalam UU No 32/2020 tentang Penyiaran. Keberadaan KPI dan KPID menjadi tumpuan media-media non-komersial termasuk media komunitas untuk menghadapi media-media komersial dalam hal kebijakan sehingga mereka juga memiliki ruang untuk hidup dan berkembang. Perkembangan media komunitas pada awalnya bersifat ilegal. Keterbatasan tiap media komunitas untuk kemudian berbicara dalam konteks lokal maupun nasional mendorong munculnya keinginan radio komunitas untuk membangun jaringan. Jaringan ini diharapkan dapat membantu media media komunitas dalam kancah negosiasi yang menguntungkan baik di level lokal maupun nasional.¹⁴

Adapun berikut ini, adalah beberapa pandangan lain tentang pengertian Radio Komunitas, antara lain :

- a. Lembaga Penyiaran komunitas merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh

¹⁴ Maryani Eni *Media dan Perubahan Sosial*, (Bandung ; .PT Remaja Rosdakarya, 2011) hal. 105-106

komunitas tertentu, bersifat indeoenden dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya (UU Penyiaran, 2002),

- b. Terdapat perbedaan antara lembaga penyiaran public, komersial dan komunitas. Lembaga penyiaran public dan komersil termasuk katagori memperlakukan pendengar sebagai objek, sedangkan radio komunitas memperlakukan pendengar sebagai subjek dan pesertanya terlibat dalam penyelenggaraannya.
- c. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa radio komunitas adalah lembaga penyiaran komunitas yang sengaja didirikan oleh sebuah komunitas tertentu, dengan daya pancar dan jangkauannya yang terbatas, tidak untuk mendapatkan komersial melainkan untuk memenuhi kebutuhan komunitas tersebut, yang dikelola oleh komunitas dan untuk komunitas itu sendiri serta mendirikan pun terdapat hukum dan peraturannya.

2. Sejarah Singkat Radio Komunitas

Berbincang tentang sejarah radio komunitas bisa menjadi hal yang sangat sulit untuk mengidentifikasi di mana dan kapan prakarsa radio

komunitas pertama kali dimunculkan, karena setiap negeri mungkin mempunyai sejarah yang berbeda tentang kemunculannya.¹⁵

Radio komunitas eksis dalam banyak model dan ruang di dunia. Radio komunitas pertama muncul di Bolivia, Amerika Latin periode tahun 1947 yaitu radio buruh tambang yang menyiarkan problem kemiskinan. Kemudian berkembang pula di Kolumbia dan berbagai negara. Gereja, universitas dan kelompok etnis lokal memiliki radio komunitas masing-masing yang melayani kebutuhan komunikasi antartetangga. Amerika Latin adalah kawasan yang dinamis dalam perkembangan radio komunitas, disusul Asia dan Afrika. Awalnya, di Asia dan Afrika, radio identik sebagai media yang dikontrol pemerintah. Dalam dua puluh tahun terakhir, pertumbuhan radio alternatif di luar pemerintah berlangsung pesat, termasuk radio komunitas. Di Filipina, uji coba radio pendidikan untuk warga sukses dan kemudian memberi inspirasi bagi negara lain.

Di Australia, radio komunitas pertama diberi izin tahun 1970-an. Merupakan tipe radio yang dilarang beriklan, mencari dana dari loyalitas pendengar, dibedakan dengan radio komersial dan radio yang didanai pemerintah. Di Amerika dan Kadana, ada sekitar 300 stasiun radio komunitas, kebanyakan mentargetkan pendengar pada kelompok asli dan minoritas seperti gay, lesbian, dan siarannya memakai bahasa lokal. Siaran bertujuan menjaga kebersamaan dan berbagi informasi di antara mereka.

¹⁵ Bowo Usodo, et. al. *Radio Komunitas Dari Gagasan dan Potret Lapangan* (Bandung: Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), 2008), hal. 11

Di Eropa sejak tahun 1970-an, radio komunitas berkembang dinamis, mendapat legalisasi di negaranegara seperti Inggris, Belanda, Perancis dan Italia. Inggris dicatat sebagai negara dengan radio komunitas paling mapan.

James B. McGrath dalam buku *The Radio Format Conundrum* mencatat, sejak tahun 1970-an di Amerika Serikat terdapat lebih dari 750 radio nonkomersial yang diberi lisensi *Federal Communication Commission* sebagai radio pendidikan. Radio yang dikelola institut dan universitas sebesar 75%, sisanya oleh lembaga keagamaan, LSM dan komunitas tertentu. Selain mendorong perkuliahan dan segala aktivitas akademis di kampus (*laboratory for training in broadcast practices*), radio jenis ini juga menjadi ruang memperdebatkan isu kebudayaan dan politik aktual. Tiap orang berbicara dan mengemukakan solusi dalam suasana dialogis.

Meskipun dikenal luas di Amerika Latin dan Eropa, istilah radio komunitas atau *Community Radio*, baru populer di Indonesia paska jatuhnya Orde Baru tahun 1998 dan mencapai klimak ketika terjadi perdebatan perlunya revisi UU Penyiaran Nomor 24/1997. “Komunitas” adalah pilihan dari sejumlah penyebutan lain untuk radio yang berbasis sangat lokal dan non-profit, diantaranya: (1) Radio Alternatif, alternatif dari dua model penyiaran yang hanya melayani propaganda negara (*state oriented*) dan melayani kepentingan pengusaha (*market oriented*) melalui radio, (2) Radio Pendidikan, antitesis dari fungsi radio yang hanya

mendiseminasikan informasi dan menyuguhkan hiburan semata, (3) Radio Swadaya, merujuk ciri khas radio yang mengandalkan sikap militansi, ketulusan dan independensi pengelolanya, (4) Radio Komunitas, merujuk kepemilikan dan wilayah orientasi yang melokal sebagai antitesis radio swasta yang meluas dan berjaringan.

Rumusan sejumlah lembaga seperti UNESCO dan Jaringan Radio Komunitas Indonesia menyebut dua makna yang melekat kepada radio komunitas, yaitu geografis dan partisipasi. Makna pertama diukur menurut radius frekuensi yang dibatasi maksimal 100 watts. Makna kedua diukur secara kuantitatif dan kualitatif berupa terlibatnya warga komunitas sejak pendirian hingga operasional siaran.

Partisipasi berarti melibatkan diri (aktif) bukan ikutserta (pasif). Pada komunitas yang heterogen dalam hal umur, pendidikan, pekerjaan dan strata ekonomi, bentuk partisipasi akan heterogen. Radio komunitas yang melayani segenap kelompok sosial dalam komunitas merumuskan bentuk partisipasi yang berbeda, tidak seragam agar setiap individu berpeluang bergabung tanpa merasa kecil kontribusi siarannya. Jika ia pengusaha atau pejabat publik, dukungan berbentuk dana dan kebijakan lebih tepat; jika pendidik atau pelajar, maka ia tepat menjadi pengelola dan pendamping siaran.

Partisipasi adalah prinsip dasar pengelolaan radio komunitas. Tanpa partisipasi, terutama dari tiap anggota komunitas, segenap aktivitas siaran

hambar dan tidak signifikan. Daripada mendikte ide-ide pribadinya, pengelola radio yang baik akan selalu mengupayakan pertimbangan yang melibatkan semua pihak, dalam memilih kapan ia harus memulai dan mengakhiri siaran, apa filosofi dan kandungan isi siaran yang harus disampaikan. Dengan metode siaran interaktif, pendengar bersemangat menyimak siaran, penyiar merasa mendapatkan penghargaan dan stasiun radio-pun menjadi radio komunitas dalam makna yang sesungguhnya.

Di Indonesia kata “media komunitas” mulai dipakai masyarakat pada awal tahun 2000 dengan muncul buletin komunitas “Angkringan” yang digagas oleh sekelompok anak muda di Timbulharjo, Yogyakarta, buletin Forum Warga Kamal Muara, “Fokkal” Buletin Forum Warga Kalibaru dan beberapa Forum Warga di Bandung. Di Timbulharjo mulai mengembangkan radio komunitas, yang mereka sebut radio padu (PINTER) di Terban Yogyakarta untuk mendirikan Panagati FM, Forum Warga Cibangkong (FWC) mendirikan radio komunitas Cibangkong di Bandung, Forum Masyarakat Majalaya Sejahtera (FM2S) mendirikan radio komunitas Majalaya Sejahtera (MASE) dan Forum Komunikasi Warga Kamal Muara mendirikan radio komunitas Kamal Muara di Jakarta.¹⁶

Secara historis, radio komunitas adalah istilah termutakhir yang dipergunakan kalangan aktivis, akademisi komunikasi dan resmi diadopsi parlemen Indonesia ketika merumuskan UU No. 32/2002. Cikal bakal

¹⁶ *Ibid* . Hal.32

radio komunitas adalah radio yang di era rezim Orde Baru mendapat stigma sebagai radio gelap, radio ilegal dan sebagainya. Ketika akan dilegalisir oleh DPR, pihak pemerintah melalui Departemen Perhubungan mencoba menghambat radio komunitas melalui dua argumen utama. Pertama, Secara politis keberadaan lembaga penyiaran komunitas khususnya radio dinilai akan mendorong disintegrasi bangsa. Argumen ini diangkat dari kasus sebuah radio di Ambon yang “dianggap” menyulut konflik agama. Kedua, Secara ekonomis dinilai memboroskan frekuensi. Pemberian izin penggunaan frekuensi radio komunitas mengkhawatirkan pemerintah karena mengurangi potensi komersial dari transaksi frekuensi.

Radio Komunitas merupakan radio penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Penyiaran radio komunitas diselenggarakan: (1) tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata; dan (2) untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.¹⁷

Radio komunitas di Indonesia menghadapi empat masalah besar yaitu: (1) persoalan membentuk institusi dan manajemen radio yang berbasis pada partisipasi komunitas; (2) implementasi regulasi siaran

¹⁷ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

terkait program siaran, perizinan, standar teknologi siaran dan etika siaran; (3) persolan SDM; dan (4) persoalan dana. Pengelolaan radio komunitas yang bermodalkan semangat saja, dan bertumpu pada kepentingan beberapa warga sesaat, penyaluran hobi dan aktualisasi diri tidak tepat dan terjamin regularitasnya. Idealnya radio komunitas muncul dari motivasi yang kuat (*advanced needs*) untuk menjadikan radio sebagai bagian dari upaya pemenuhan hak-hak warga yang dirampas rezim ekonomi dan politik di semua aras kekuasaan sepanjang hampir 35 tahun.

Jawa Barat dan Yogyakarta adalah dua propinsi yang relatif maju perkembangan radio komunitasnya di Indonesia. Kedua propinsi tersebut telah memiliki badan regulator independen lokal Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) yang aktif memberi pelayanan terhadap radio komunitas, menjadi pusat aktivitas Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI) dan wilayah kerja beberapa NGO yang peduli radio komunitas seperti Combine Resource Institution. Radio komunitas di kedua propinsi jumlahnya mencapai angka lebih 250 buah tersebar di kabupaten dan kota.

Radio komunitas di Bandung dan Yogyakarta muncul setelah tahun 2000 diawali oleh kebutuhan media informasi dan komunikasi warga setempat. Radio RASI, MASE, PASS dan Cibangkong di Bandung, Radio Angkringan, Panagati, BBM, Wiladeg di Yogyakarta muncul dari inisiatif forum warga setempat yang menghendaki media radio, sedangkan radio RCG dan Kombas muncul dari inisiatif sekelompok warga, awalnya dimotivasi oleh pengembangan hobi komunikasi *breaker* atau sejenisnya.

Masalah utama ketika berdiri umumnya bukan pada SDM yang akan bersiaran, tetapi penyediaan dana dan peralatan teknis. Masalah perizinan muncul kemudian seiring adanya UU No. 32/2002.

Perizinan adalah problem krusial. Kecuali mendapat proteksi normatif dalam UU, secara administratif semua radio komunitas tidak memiliki izin resmi, baik dari Komisi Penyiaran maupun Departemen Kominfo. Kemampuan mengakses birokrasi perizinan dan mempersiapkan kelengkapan administrasi tidak merata. Di Bandung dan Yogyakarta, hampir semua radio komunitas sudah memiliki akte notaris sebagai prasyarat awal mengajukan izin. Akte notaris diikuti dengan bukti dukungan berupa tanda tangan warga komunitas dan terbentuknya Dewan Penyiaran Komunitas (DPK) yang terdiri dari unsur tokoh masyarakat, pemuda dan pengelola. Di luar dua propinsi tersebut, kondisinya masih memprihatinkan.

Selain telah memiliki pengelola tetap yang disebut pengurus seperti kepala studio, manajer atau kepala divisi musik dan informasi, umumnya radio komunitas telah memiliki 10-30 penyiar dan reporter yang bekerja dalam dua model, yakni tetap dan tidak tetap, dengan jenis kelamin laki-laki sebagai mayoritasnya. Ditemukan pula hampir semua SDM yang menempati posisi penyiar dan reporter adalah anak-anak remaja yang masih di sekolah menengah atau putus sekolah dan belum bekerja tetap. Para personelnnya bekerja secara sukarela, tidak diberi honor apapun.

Dalam pengelolaan sehari-hari, stasiun radio berjalan dengan mengandalkan *informal leader* seperti tokoh pemuda, pemilik rumah yang ditempati studio radio, perintis yang aktif menjalankan penyiaran sehari-hari. Ketergantungan terhadap mereka cukup tinggi, meskipun hampir seluruh stasiun radio memiliki struktur organisasi yang jelas. Manajemen operasional umumnya sangat sederhana, belum ada sistem perencanaan dan evaluasi siaran yang baik maupun pembagian tugas dalam menjalankan stasiun sehari-hari.

Dalam hal produksi siaran, manajer stasiun terlibat langsung. Kearsipan administrasi siaran dan keuangan belum jadi perhatian mayoritas radio, apalagi pengelolaan dana. Karena keterbatasan sumber pemasukan dana, sebagian besar dana operasional dan pemeliharaan alat ditunjang donasi pribadi para pengelola ditambah pemasukan iklan. Dengan kondisi tersebut, bisa dipahami pengelolaan keuangan belum menjadi perhatian utama mereka.

Ketergantungan pada figur *informal leader* mempengaruhi konsistensi siaran setiap hari. Siaran dapat saja tidak berjalan ketika pimpinan non-aktif. Meskipun tidak sulit merekrut penyiar dan reporter, stasiun radio kesulitan mengelola SDM karena sifat kerja yang sukarela dan ketrampilan siaran yang minim. Umumnya, SDM yang terlibat hanya mampu bertahan 3-12 bulan saja. Dari aspek pendanaan, mayoritas radio komunitas tidak memiliki rencana anggaran yang baik, pengelolaan administrasi keuangan dilakukan manual. Sumber utama pendapatan

adalah penjualan kartu pilihan pendengar, disusul iklan layanan bisnis warga yang dikenakan biaya rata-rata Rp 50.000,00 perbulannya untuk penyiaran iklan setiap hari, sumbangan pribadi-pribadi anggota komunitas dan sumbangan resmi yang diperoleh dari kas pemerintah desa setempat atau organisasi forum warga yang menaungi radio. Ke depan, beberapa pengelola radio berniat memperkuat sektor pendapatan iklan, di samping kartu pendengar.

Dari aspek teknik peralatan, radio komunitas memiliki peralatan yang kurang memadai, baik jumlah maupun kondisi fisiknya. Meskipun semua radio telah memiliki 1 hingga 3 unit komputer untuk siaran, peralatan pendukung lain seperti mikrofon, *mixer*, meja siaran dan peralatan pemancar masih memprihatinkan. Karena tidak mampu membayar sewa gedung, beberapa radio masih menempati rumah pribadi warga atau gedung kantor desa atau kelurahan seperti radio RASI yang berlokasi di kawasan terpencil Garut Jawa Barat dan radio Panagati di kota Yogyakarta.¹⁸

Perkembangan radio komunitas di berbagai wilayah di Indonesia cukup baik. Hal ini tidak lepas dari kenyataan bahwa sarana informasi di tingkat komunitas sangat dekat dengan penggunanya, yaitu warga komunitas. Dengan kondisi sosiologi Indonesia yang majemuk dari segi etnis, agama, wilayah serta karakter sosial lainnya maka media yang

¹⁸ Masduki, *Radio Komunitas belajar Dari Lapangan* (Jakarta ; Kantor Perwakilan Bank Dunia di Indonesia 2007) hal. 150-156

dianggap cermin realitas dari komunitas tersebut langsung mendapat hati dikalangan anggotanya. Ketika ada satu isu diangkat dan disiarkan di radio, komunitas yang diwadahi oleh radio tersebut biasanya merespons dengan cepat. Kemudian, mereka berusaha agar isu lain yang menjadi kepentingan mereka juga diangkat, misalnya dengan menulis surat atau datang langsung ke radio yang bersangkutan untuk menginformasikan hal tersebut. Saat ini, radio komunitas marak di kalangan para *grass root* (orang desa), komunitas pedesaan, kalangan minoritas yang mengharapkan adanya sarana aspirasi.¹⁹

Perkembangan Radio Komunitas ini sangat cepat dikarenakan begitu banyaknya masyarakat yang membutuhkan kehadiran sesosok lembaga yang mementingkan kebutuhan mereka, meskipun bukan dalam bentuk materil namun jalan untuk menuju kepada terpenuhinya kebutuhan materil mereka terbuka. Oleh karena itu sampai saat ini banyak sekali radio-radio yang berbasis komunitas bertebaran di wilayah-wilayah di Indonesia, sehingga membuat semakin ketatnya peraturan mendirikan radio berbasis komunitas.

3. Karakteristik Radio Komunitas

Radio Komunitas, memiliki karakteristik yang berbeda dengan siaran radio komersial. Terutama pada aspek kepemilikan, pengawasan, serta tujuan dan fungsinya. Perbedaan tersebut diantaranya: radio

¹⁹ Atie Rachmiate. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) hal.103

komunitas bersifat independen, tidak komersial, daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas, dan untuk melayani kepentingan komunitasnya.²⁰ Adapun karakter radio sebagai berikut:

a. Auditif

Auditif disebut juga auditori yang artinya suara (bersifat audio). Apapun yang ingin disampaikan lewat radio, mesti dalam bentuk suara, selain itu tidak bisa.

b. Theatre of mind

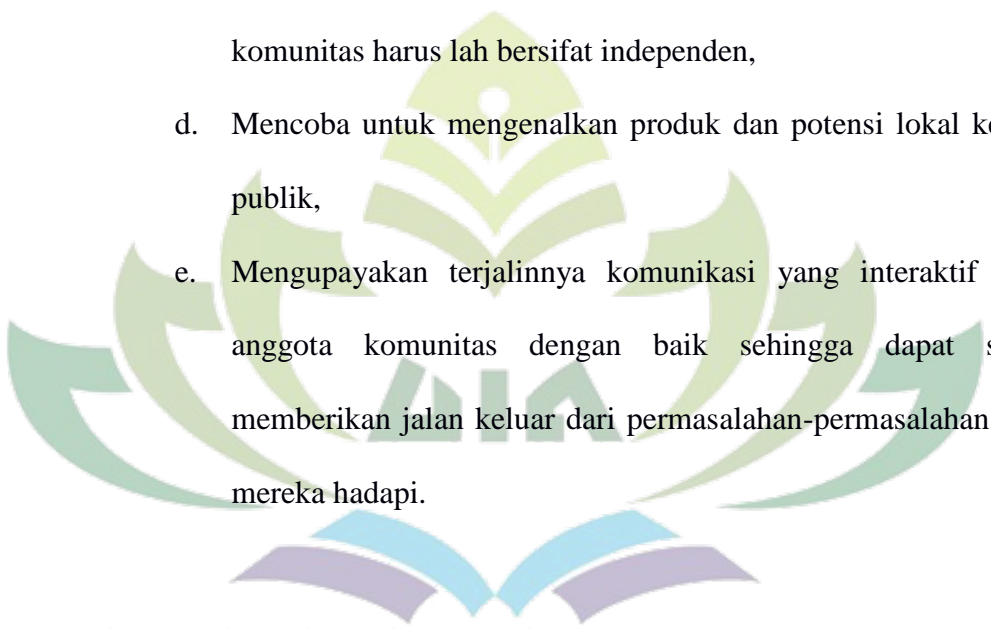
Siaran radio menciptakan gambar (make picture) dalam imajinasi atau khayalan pendengar. Tanpa memvisualkan si pelaku yang berbicara itulah yang menjadi kekuatan sendiri radio dibanding televisi.

c. Transmisi

Artinya proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi), lalu diterima oleh pesawat radio, sesuai dengan gelombang atau frekuensi masing-masing radio.

Secara global penulis meringkas karakteristik yang dimiliki oleh radio komunitas sebagai berikut:

²⁰ Atie Rachmatie. *Radio Komunitas Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) Hal. 78

- 
- a. Radio komunitas merupakan radio yang demokratis, yakni radio yang didirikan oleh komunitas, dikelola oleh komunitas dan untuk melayani komunitas itu sendiri,
 - b. Radio komunitas lebih banyak mementingkan perkembangan dan kemajuan potensi komunitasnya dan tidak bertujuan untuk meraih komersial,
 - c. Tidak terdapat unsur politik karena secara peraturan radio komunitas haruslah bersifat independen,
 - d. Mencoba untuk mengenalkan produk dan potensi lokal kepada publik,
 - e. Mengupayakan terjalinnya komunikasi yang interaktif antar anggota komunitas dengan baik sehingga dapat saling memberikan jalan keluar dari permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi.

4. Jenis-Jenis Radio Komunitas

Dalam proses pendirian radio komunitas dibandingkan dengan radio komersil relatif lebih mudah, dan dewasa ini beradasrkan data permohonan pendirian radio komunitas yang diajukan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terdapat beberapa kategori radio komunitas, yaitu :

a. Radio Komunitas Pendidikan

Radio ini ada di sekolah-sekolah atau kampus perguruan tinggi, komunitasnya adalah siswa, guru, karyawan, dosen dan orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan pendidikan itu. Tujuan utama didirikannya radio ini adalah untuk media pendukung pembelajaran, dalam arti lebih menyebarluaskan materi-materi belajar, menjadi percontohan, model praktikum dan sejenisnya.

b. Radio Komunitas Peminatan

Radio ini didirikan oleh sekelompok orang yang memiliki minat atau pekerjaan yang sama. Komunitas ini beragam mulai dari petani, nelayan, buruh, supir, pedagang dan lainnya. Karena berangkat dari kepentingan atau permasalahan bersama pada komunitas ini, tujuan utama dibentuknya radio adalah untuk mencari solusi dari permasalahan, tukar menukar informasi dan pengalaman, atau memperjuangkan cita-cita dalam bidang pekerjaan yang diminatinya.

c. Radio Komunitas Agama

Radio ini ada pada komunitas agama tertentu, diantaranya pesantren untuk yang beragama islam, atau di komunitas agama tertentu. Radio lebih cenderung sebagai media dakwah atau media penyebaran misionaris. Dibentuk untuk memperkuat misi dakwah atau misionaris sebuah lembaga keagamaan. Sejalan dengan radio

pendidikan, radio ini umumnya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi keagamaan serta mengoptimalkan hasil belajar.

d. Radio Komunitas Wilayah

Radio ini didirikan oleh sekelompok warga komunitas yang menempati wilayah tertentu yang relative terbatas, seperti dusun, kelurahan, atau kecamatan tertentu. Warga yang mendiami satu wilayah terbatas, berinteraksi dan beraktivitas sehari-hari, biasanya memiliki kepentingan dan permasalahan yang khas, yang mereka hadapi bersama, seperti masalah ketertiban, keamanan, kebersihan lingkungan dan sejenisnya. Karena merasa sepenanggungan, media radio dianggap bisa lebih meraih warga setempat untuk sama-sama berpartisipasi memecahkan masalah.

e. Radio Komunitas Darurat

Radio komunitas ini mengacu pada radio komunitas yang didirikan secara darurat karena ada bencana alam. Ditengah-tengah keadaan yang tidak menentu, suatu wilayah yang porak poranda sebagai akibat adanya bencana alam, seperti tsunami, gempa bumi dan lainnya. Kategori tersebut tidaklah mutlak, pada tataran empirik bisa saja sebuah radio komunitas memiliki dua atau tiga identitas, namun diantara itu pasti ada yang lebih dominan.

Pada intinya, radio komunitas begitu dibanggakan dan diandalkan oleh masyarakat dalam peranannya, untuk mewujudkan masyarakat yang

lebih terbuka akan wawasan dan peluang bagi mereka untuk terus menggantungkan lebih tinggi potensinya. Menjadi fasilitas alternatif untuk masyarakat dalam memulai langkah untuk maju kedepan.

C. Media Dakwah

1. Pengertian Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schramm (1977) mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Secara umum dipahami bahwa istilah 'media' mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (*broadcasting*) dan sinema. Namun, terdapat rentang media yang luas mencakup pelbagai jenis hiburan (*entertainment*) dan informasi untuk audiens yang besarmajalah atau industri musik. Terdapat juga industri yang mendukung pelbagai aktivitas media, bahkan jika industri-industri tersebut tidak berkomunikasi secara langsung dengan publik: Press Association mensuplai berita, Screen Services membuat ulasan untuk film, Gallup menyediakan riset pasar. Kemudian terdapat industri telekomunikasi yang 'membawa' materi untuk

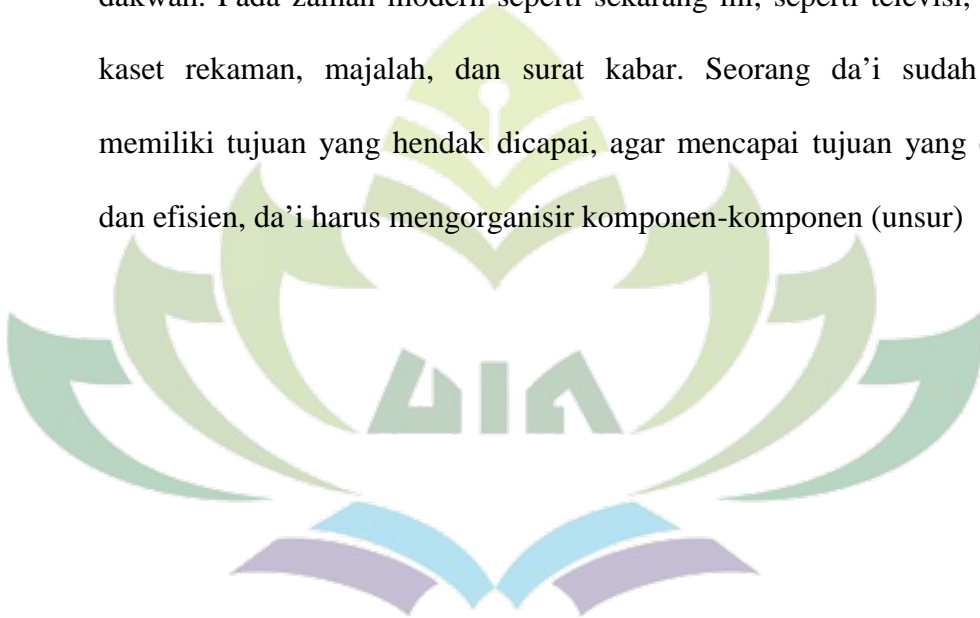
media-kabel atau satelit. Untuk maksudmaksud itu, akan diasumsikan bahwa 'media' merujuk pada pelbagai institusi atau bisnis yang berkomunikasi dengan para audiens, terutama dalam menyediakan pengisi waktu luang

Istilah 'media' berlaku bagi produk-produk informasi dan hiburan dari industri-industri media, begitu juga contoh-contoh telekomunikasi yang membantu membawakan produk-produk tersebut kepada kita. Terdapat pelbagai ide tentang apakah sejarah media itu dan bagaimana mendekatinya. Untuk memahami media (dan perkembangannya), kita perlu menggunakan kata-kata kunci dan memahami bagaimana mereka berkaitan dengan isu-isu tentang pengaruh dan konstruksi media.

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyyah bi al-uswah*, ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*) yang sangat terbatas. Satu abad kemudian, dakwah menggunakan media, yaitu *qashash* (tukang cerita) dan *muallafat* (karangan tertulis) diperkenalkan. Media yang disebut terakhir ini berkembang cukup pesat dan dapat bertahan sampai saat ini. Pada abad ke-14 Hijriah, kita menyaksikan perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Di samping pengaruh-pengaruhnya yang negatif terhadap dakwah, tidak dapat dikesampingkan adanya pengaruh positif yang dapat mendorong lajunya dakwah. Dalam rangka inilah, dakwah dengan menggunakan media-media baru seperti surat kabar, majalah, cerpen, cergam, piringan hitam, kaset,

film, radio, televisi, stiker, lukisan, iklan, pementasan di arena pertunjukan, puisi, nyanyian, musik, dan media seni lainnya, dapat mendorong dan membantu para pelaku dakwah dalam menjalankan tugasnya.

Adapun yang dimaksud media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur)



dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.²¹

Media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa inggris media bentuk dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata.²² Wilbur Schraman mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.²³ Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah dan surat kabar.

Media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu. Sedangkan dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, mediadakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.²⁴

²¹ Fariyah Irzum, *Media Dakwah Pop*. hal.26-28

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Kencana, 2004), h. 403.

²³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012), h. 288.

²⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.63

2. Macam-Macam Media Dakwah

Media dakwah menurut Samsul Munir dalam bukunya “Ilmu Dakwah” dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Non Media Massa
 - 1) Manusia: utusan, kurir, dan lain-lain.
 - 2) Benda: telepon, surat, dan lain-lain.
- b. Media Massa
 - 1) Media massa manusia: pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah, dan lain-lain.
 - 2) Media massa benda: spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain.
 - 3) Media massa periodik cetak dan elektronik: visual, audio, dan audio visual.²⁵

Media dakwah menurut Hamza Ya’kub membagi media menjadi lima macam:²⁶

- a. Lisan yakni dakwah secara langsung melalui perkataan seperti ceramah, khutbah, pidato, bimbingan, dan lain-lain.
- b. Tulisan yaitu bentuk tulisan yang dapat berupa novel, majalah, koran, spanduk, dan lainnya.

²⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, hal. 144.

²⁶ Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah Cetakan I* (Jakarta:Kencana, 2006), hal. 32.

- c. Lukisan yakni segala bentuk gambar dapat berupa lukisan, fotografi, karikatur dan sebagainya.
- d. Audio visual yakni dakwah berupa suara dan gambar. Seperti televisi, internet, dan lain-lainya.
- e. Akhlak yaitu sikap atau perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dilihat atau ditiru langsung oleh mad'u.

3. Pedoman Pemilihan Media Dakwah

Dengan banyaknya yang ada maka da'i harus dapat memilih media paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Tentunya dengan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:²⁷

- a. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karekeristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda,
- b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai,
- c. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya,
- d. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya,

²⁷ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, hal. 114.

- e. Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i,
- f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian
- g. Efektivitas dan efensiensi harus diperhatikan.

4. Sumber Metode Dakwah

a. Al-Quran

Di dalam Al-Quran banyak sekali ayat-ayat yang membahas tentang masalah dakwah. Di antara ayat-ayat tersebut ada yang berhubungan dengan kisah para rasul dalam menghadapi umatnya.²⁸

b. Sunah Rasul

Di dalam sunnah rasul banyak kita temui hadist-hadist yang berkaitan dengan dakwah. Melalui cara hidup dan perjuangannya baik di Makkah maupun Madinah memberikan banyak contoh-contoh dakwah kepada kita.

c. Sejarah Hidup para Sahabat dan fuqoha

Dalam sejarah hidup para sahabat-sahabat besar dan para fuqaha cukuplah memberikan contoh baik yang sangat berguna bagi juru dakwah.

d. Pengalaman

²⁸ M.Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta : prenada media,2006), hal. 20

Pengalaman juru dakwah merupakan pergaulanya dengan orang banyak yang kadangkala dijadikan *reference* ketika berdakwah.

Penulis dapat menyimpulkan bahwa sumber metode dakwah yaitu berdasarkan pengertian di atas sumber yang digunakan dalam berdakwah adalah Al- Qur`an dan Al-Hadist, sejarah para Sahabat dan Pengalaman juru dakwah.

5. Tujuan Dakwah

Menurut Arifin tujuan program kegiatan dakwah dan penerangana agama tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh aparat dakwah atau penerang agama.²⁹

Pandangan lain dari A.Hasjmi tujuan dakwah islamiyah yaitu membentangkan jalan Allah agar dilalui umat manusia.ketika merumuskan pengertian dakwah, Amrullah Ahmad menyinggung tujuan dakwah adalah untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran islam dalam semua segi kehidupan.³⁰

Dapat penulis simpulkan bahwa tujuan dakwah adalah mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam seseorang secara sadar

²⁹ Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*,(Jakarta:PT Bumi Aksara,2003).hal.4

³⁰ Ahmad,Amrullah, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*(Yogyakarta: Primaduta, 1991),hal.2

dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapapun.

D. Radio Sebagai Media Dakwah

Pada zaman modern saat ini, teknologi komunikasi di anggap penting sebagai sarana berkomunikasi. Dan saat ini perkembangan teknologi komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tidak adanya lagi jarak yang tidak dapat dijangkau oleh manusia untuk berkomunikasi kapanpun dan dimana pun berada.

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media paling populer di dunia ini seperti : channel, sarana, atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis program dakwah di radio, selain cramah dan dialog islam (talshow), materinya terjemahan hadist, ayat Al-Quran, ungkapan sahabat Nabi Saw, Nasihat Ulama atau mutiara kata Islam. Jadi, di tengah keasyikan menikmati misalnya, lagulagu pop Indonsia, para pendengar “didakwahi” “secara tidak sadar” para da’I dan lembaga-lembaga dakwah harus memanfaatkan radio untuk menebarkan risalah islam.

Dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memeperoleh kebahagiaann hidup di dunia dan di akhirat. Mengajak ke jalan Allah wajib hukumnya. Keberhasilan ajaknya mencerminkan prospek dan pelestarian perkembangan islam dimasa mendatang . oleh karena itu sebagai sarana penyiaran agama radio juga dapat memberikan rangsangan terhadap

persepsi atau tanggapan dan tingkah laku bagi masyarakat banyak. Masyarakat sensitif terhadap informasi bahkan menjadi salah satu kebutuhan pokok, selain kebutuhan sandang pangan dan papan. Semakin banyak orang berhubungan dengan informasi, maka akan semakin banyak pula pengetahuan bagi dirinya. Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya.

Dengan demikian radio dalam proses dakwahnya berbeda dengan keberadaan media dakwah lainnya. Misalnya dalam penyiaran-penyiaran yang berupa ceramah tentang keagamaan yang semuanya itu merupakan upaya penyebaran ajaran yang sudah diterima masyarakat sebagai pedoman hidup guna memperoleh kebahagiaan dunia akhirat.³¹

Dakwah memerlukan media massa yaitu pers, film, radio, atau televisi, untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak atau massa dalam waktu yang singkat. Seorang da'i harus bisa memilih media yang tepat dalam rangka melaksanakan kewajibannya seefektif mungkin dan dengan tenaga serta biaya dan waktu yang seefisien mungkin. Media dibagi menjadi tiga, yaitu media audio, media visual dan media audiovisual.

Media audio ialah media publisitas yang ditangkap oleh indera telinga, misalnya radio, telepon, piringan hitam, tape recorder, dan lain-lainya. Media visual ialah media publisitas yang dipergunakan untuk mengadakan hubungan dengan publik, yang dapat ditangkap dengan indera mata, misalnya pameran

³¹ Radio Sebagai Media Dakwah dari <http://www.islamcendekia.com>, di akses (19 Maret 2020)

foto, surat kabar, buletin, pamflet, lambang, dan lain-lainnya. Media audiovisual ialah media yang menyiarkan berita yang dapat ditangkap baik dengan indera mata ataupun dengan indera telinga misalnya film, televisi dan lain-lainya.

Keberadaan media dakwah sangat urgent sekali, karena dengan adanya media dakwah, dakwah akan lebih mudah diterima komunikan / mad'u. Dalam kamus, *telekomunikasi media* adalah sarana yang digunakan oleh komuniktor sebagai saaluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan apabila komunikasi berada jauh tempatnya, banyaknya atau keduanya.³²

Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah memungkinkan komunikasi antara da'i dan mad'u dakwahnya lebih dekat. Oleh karena itu, eksistensi media sebetulnya amat penting dan menentukan keberhasilan dakwah berapapun tingkatannya.³³

Media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, dalam bahasa inggris *media* merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang di sampaikan oleh komunikator ke3pada komunikan (penerima pesan) daam bahasa arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak, *wasail* yang berarti alat

³² Ghazali Syahdar BC.TT, *Kamus Istilah Komunikasi*, Bandung : Djembatan 1992). hal. 22

³³ M. Bachri Ghazali “ Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah (Jakarta: PT. Pedoman Ilmu Jaya, 1997), hal. 12

atau perantara.³⁴ Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasi tiga macam yaitu:

1. Media terucap (*The Spoken Words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
2. Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar dan sejenisnya.
3. Media Dengar andang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan di dengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi, diferensiasi dan spesifikasi media komunikasi massa pun kian menajam. Muncul keunggulan lain dari masing-masing media, demikian pula dengan radio, yaitu sifatnya yang personal, lokal, kompak, rileks dan sederhana.

1. Radio bersifat personal

Dalam arti mampu menimbulkan keakraban dengan pendengarnya, menumbuhkan ikatan emosional yang bersifat pribadi, mengikis jarak antara lembaga dengan khalayak lewat interaksi yang bersifat langsung dan timbal balik. Sifat personal radio juga muncul akibat segmentasi khalayak yang tajam, terwujud antara lain lewat sapaan akrab penyiar

³⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), hal. 403

dengan pendengarnya dan program-program yang dirancang melalui pendekatan psikografi dan demografi khalayak secara tajam.

2. Radio bersifat lokal

Berfungsi memperkuat ikatan personal antara pendengar dan lembaga. Di sisi lain memudahkan pendekatan penyampaian informasi dalam berbagai bentuk karena dikemas dalam bungkus 'membumi'. Atau dalam prakteknya, dikemas dalam bahasa yang sesuai dengan lingkungannya.

3. Radio bersifat kompak (*compact*)

Mudah dioperasikan oleh siapa saja, bersifat *portable*, mudah dipindahkan ke mana-mana, relatif tidak menghabiskan tempat atau membebani orang yang membawanya, dan murah dengan harga relatif terjangkau. Kemajuan dunia elektronika kini juga menghadirkan radio seukuran saku dengan fungsi yang bisa dikombinasikan dengan perangkat-perangkat lain seperti lampu berkemah, tape recorder, walkman dan bahkan televisi.

4. Radio bersifat rileks

Radio tidak mengharuskan pendengarnya meluangkan waktu secara khusus untuk menikmatinya. Sambil menyimak radio orang masih bisa melakukan pekerjaan lain karena tidak dibutuhkan konsentrasi tinggi untuk mendengarkan radio. Ini berbeda dengan karakteristik media massa lain.

Untuk membaca koran dan menyaksikan siaran televisi, misalnya, seseorang bahkan harus berkonsentrasi dan meluangkan waktu secara khusus. Menyetir mobil sambil mendengarkan radio adalah sesuatu yang lazim dan tidak berbahaya bila dilakukan. Namun menyetir mobil sambil membaca koran atau menonton televisi akan lain halnya dan konsekuensinya.

5. Radio bersifat sederhana

Simple, baik secara kelembagaan maupun dalam rangkaian proses produksi dari mulai penggarapan acara hingga ke pengudaraan program-programnya. Ini menguntungkan dari segi birokrasi administrasi, waktu dan biaya dibandingkan dengan media massa lainnya.

Dapat penulis simpulkan bahwa Dakwah melalui Radio itu cukup efektif karena yang sifatnya umum, serempak jumlah pendengarnya banyak tanpa membatasi didaerah perkotaan maupun pedesaan dapat menikmatinya, serta bentuk acaranya yang bersifat dialog, sehingga tidak hanya mendengarkan saja. Tetapi mampu berinteraksi dengan pendengar untuk mendiskusikan pesan dakwah yang disampaikan oleh Da'i yang berperan sebagai komunikator.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Yuliana Puspita Sari, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung. Tahun angkatan 2010 dan penelitian ini selesai pada tahun 2014. Dalam penelitiannya membahas Dakwah Melalui Radio Wijaya Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat.³⁵ Dalam penelitiannya kesimpulan yang di ambil ialah, Dakwah Melalui Radio merupakan dakwah yang cukup efektif. Mengingat peran dan kelebihan radio di bandingkan dengan media lainnya. Adapun kelebihan radio adalah harganya yang cukup murah, mudah mendapatkannya jangkauan siarannya yang jauh, penyajiannya yang secara langsung diterima oleh pendengar, dapat dimiliki sambil Menikmati Dengan Mengerjakan Aktivitas Lain.
2. Dampak Siaran Radar Tv Terhadap Pelaksanaan Shalat Berjamaah Bagi Keluarga Muslim Di Perum Gelora Persada Kelurahan Rajabasa Raya Bandar Lampung. Yang Disusun Oleh Andika Rusli mahasiswa jurusan KPI tahun angkatan 2007 dan penelitiannya selesai pada tahun 2015. Dalam penelitiannya kesimpulan yang di ambil ialah “Dengan adanya siaran dakwah Radar TV berdampak terhadap pelaksanaan shalat berjamaah bagi keluarga muslim di perum gelora persada kelurahan

³⁵ Yuliana Puspita Sari, Dakwah Melalui Radio Wijaya Dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama Masyarakat,(Bandar Lampung: jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung)

Rajabasa Raya Bandar Lampung, hal ini terlihat dari pelaksanaan shalat berjamaah yang dilakukan oleh keluarga muslim”.³⁶

3. Dakwah Melalui Radio Siaran (Studi Tentang Siaran Dakwah Wawasan Dunia Islam Pada Radio Gema Bunda Kandung Di Way Halim Permai Bandar Lampung) Disusun oleh Siti Masrifa mahasiswi jurusan KPI angkatan 2000 dan penelitian nya selesai pada tahun 2004. Kesimpulannya ialah bahwa dari penelitian ini menerangkan terdapat dampak terhadap wawasan berfikir keagamaan kaum muslim yakni terdapat peningkatan yang baik.³⁷

Dari tinjauan pustaka 1,2 dan 3 masing-masing penelitian memiliki fokus yang berbeda-beda. Begitupun jika dibandingkan dengan penelitian dalam skripsi ini yakni sama-sama dengan media elektronik namun beda program yang dijalankan, dalam penelitian penulis kali ini akan mengangkat mengenai peran radio komunitas sebagai media komunitas di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

³⁶ Andika Rusli, *Dampak Siaran Radar Tv Terhadap Pelaksanaan Shalat Berjamaah Bagi Keluarga Muslim Di Perum Gelora Persada Kelurahan Rajabasa Raya Bandar Lampung*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, 2015), hal. 44

³⁷ Siti Masrifah, *Dakwah Melalui Radio Siaran (Studi Tentang Siaran Dakwah Wawasan Dunia Islam Pada Radio Gema Bunda Kandung Di Way Halim Permai Bandar Lampung*, (Bandar Lampung, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, 2004), hal. 76

DAFTAR PUSTAKA

Acep Aripudin, Syukriadi Sambas. 2007. *Dakwah Damai (Pengantar Dakwah Antarbudaya)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Amrullah Ahmad. 1991. *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Primaduta.

Arikunto Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Effendi Ghozali. 2002. *penyiaran alternatif tapi mutlak; sebuah acuan tentang penyiaran publik dan komunitas*. Jakarta : Jurusan Komunikasi FISIF, UI.

Effendy Unchjana Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.

Eni Maryani. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung ; .PT Remaja Rosdakarya.

Fathoni Abdurrahmat. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Fraser Colin dan Estrada Estrepo Sonia. 2001. *Buku Panduan Radio Komunitas*. Jakarta NESCO Jakarta Office.

Hidajanto Djamaldan Andi, Fachrudin. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran (Sejarah, Organisasi, Oprasional, dan Reguler)*. Jakarta, Kencana,.

John Vivian. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

Luth Thohir, M. Natsir. 1999. *Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Insani Press.

Masduki. 2015. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Popular LKIS Yogyakarta.

Masduki. 2007. *Radio Komunitas belajar Dari Lapangan*. Jakarta ; Kantor Perwakilan Bank Dunia di Indonesia.

McQuil David. 1984. *Teori Komunikasi Masa : suara pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Munir Muhammad dan Ilaihi Wahyu. 2006. *Manajemen Dakwah Cetakan I*. Jakarta: Kencana.

M. Bachri Ghazali. 1997. “ Dakwah Komunikatif Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah. Jakarta: PT. Pedoman Ilmu Jaya.

Mustan Zulkifli. 2005. *Ilmu Dakwah*, Makassar: Pustaka Al-Zikra.

Rachmatie Atie. 2007. *Radio Komunitas, Eskalasi Demokratisasi Komunikasi* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Soehartono Irawan. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial* . Bandung: PT. Remaja Rosdakrya.

Syamsul Asep. 2010. *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar Reporter dan Script Writer*. Bandung : Nuansa.

Usodo Bowo. 2008. *Radio Komunitas Dari Gagasan dan Potret Lapangan*. Bandung: Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI).

Arikunto Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arnold W Thomas. 1981. *the freacing of : Sejarah Dakwah,*. Jakarta, Wijaya.

Asep Syamsul. 2009. “*Jadi Penyiar Itu Asyik lho!*”. Bandung, Nuansa,.

Bungin Burhan. 2005. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Prenada Media.

Bungin Burhan. 2010. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hadi Sutrisno. 2000. *Metodelogi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.

Masduki. *Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia*.

Moh.Ali Aziz. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.

Moh. Ali Aziz, 2004. *IlmuDakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sanusi Anwar. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat.

Satori Djaman. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta cv.

Saputra Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.

SaputraWahidin. 2012. *PengantarIlmuDakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Syahdar Ghazali. 1992. *Kamus Istilah Komunikasi*. Bandung : Djembatan.

Syukir Asmuni. 1993. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Wahyu Ilaihi. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta : Grasia Book Publisher.

<http://www.islamcendekia.com>, di akses (19 Maret 2020)

https://id.m.wikipedia.org/wiki/sonora_FM (10 Agustus 2020)

<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-peran.html> (1 Oktober 2019)

<http://id.wikiipedia.org/wiki/radiokomunitas> (1 Oktober 2019)

Dokumen, Radio Sonora Lampung, Senin 15 Juni 2020

Dokumen, Radio Sonora Lampung, Senin 15 Juni 2020

Wawancara, Silvia Utami, Selasa 09 Juni 2020

Wawancara, Wahyu Astuti, Selasa 09 Juni 2020

